

## ABSTRAK

**Adi Ahmad R., (1403832) dengan judul skripsi "Inovasi Produk Mousse dengan Penambahan Bajigur dan Agr-agar Sebagai Rasa dan Pengental Pengganti *Gelatine* Berbasis Daya Terima Konsumen". Dibawah bimbingan Woro Priatini, S.Pd., M.Si., sebagai pembimbing satu dan Christian H. Rumayar, S.Sos., MM.Par., sebagai pembimbing dua.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui standar resep, daya terima konsumen dan harga jual *mousse* bajigur. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah eksperimen secara acak kelompok, sedangkan pengujian formulasi dan kualitas produk menggunakan uji organoleptik, uji hedonik dan uji daya terima konsumen. jumlah panelis ahli dalam penelitian ini adalah 15 orang terlatih yang memiliki pengalaman di bidang kuliner, serta 100 orang panelis umum yang dipilih acak dengan latar belakang berbeda. Dengan 3 formulasi resep yang berbeda dengan diberi tanda MBA1 sampai dengan MBA 3 dengan perbandingan 2gr agar-agar, 3gr agar-agar dan 4gr agar-agar. Ketiga formulasi diujikan kepada panelis ahli yang menghasilkan MBA2 dengan penilaian yang lebih besar dari MBA lainnya yang dipilih oleh seluruh Panelis Ahli.

MBA2 diujikan kembali kepada 100 orang panelis umum untuk mengetahui daya terima konsumen terhadap produk inovasi dengan nilai 2100. dimana skala tersebut menunjukkan bahwa produk *mousse* bajigur diterima oleh responden. Perhitungan harga jual produk *mousse* bajigur didapatkan dari perhitungan *food cost* (40%) sebesar Rp. 6.049, *labour* (20%) sebesar Rp. 3.025 & *overhead cost* (10%) sebesar Rp. 1.512, dan *profit* (30%) sebesar Rp. 4.537. maka jika semua hasil tersebut dijumlahkan akan didapatkan hasil perhitungan harga jual produk *mousse* bajigur sebesar Rp. 15.124/cup sesuai dengan rata-rata harapan responden.

Kata Kunci : Inovasi Produk. Mousse. Agar-agar. Daya Terima Konsumen.

## **ABSTRACT**

***Adi Ahmad R., (1403832) with the thesis titled “Product innovation of mousse with addition bajigur and agar as flavor and thickner for gelatin substitutes based on consumer acceptability”. Under the guidance of Woro Priatini, S.Pd., M.Si., as first mentor and Christian H. Rumayar, S.Sos., MM.Par., as second mentor.***

*This study aims to determine the recipe to find the standard recipe, selling price of bajigur mousse, and consumer acceptability. The research method in this study was a randomized group experiment, while the formulation and product quality testing used organoleptic test, and consumer acceptability test. The number of professional panelist for organoleptic test in this study were 15 trained people who had experienced in the culinary field, and for consumer acceptability test were 100 randomly people with different backgrounds. With three different formulation, MBA1 (using 2gr agar powder), MBA2 (using 3gr agar powder), and MBA3 (using 4gr agar powder). The three formulations were tested to the professional panelist, and the result show that MBA2 was greater point than the other MBA.*

*MBA2 was re-tested to 100 consumer panelist to find out the consumers acceptability of this product innovation with the values 2100. Where the scale shows that the bajigur mousse was received by the consumer panelist. Calculation of the selling price of Bajigur Mousse is obtained from the calculation of food cost (40%) of Rp. 6.049, labour (20%) of Rp. 3.025, overhead cost (10%) of Rp. 1.512, and profit (30%) of Rp. Rp. 4.537. then if all he results are added up, the calculation will be the selling price of the product Bajigur Mousse is Rp. 15.124/cup, it is suitable with cpnsumer panelist's expectation.*

***Key words: Product Innovation. Mousse. Bajigur. Agar powder. Consumer Acceptability.***